Le présent résumé donne un bref aperçu de l'ouvrage de M. Kamil Idris, directeur général de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), intitulé "*Intellectual Property – A Power Tool for Economic Growth*".

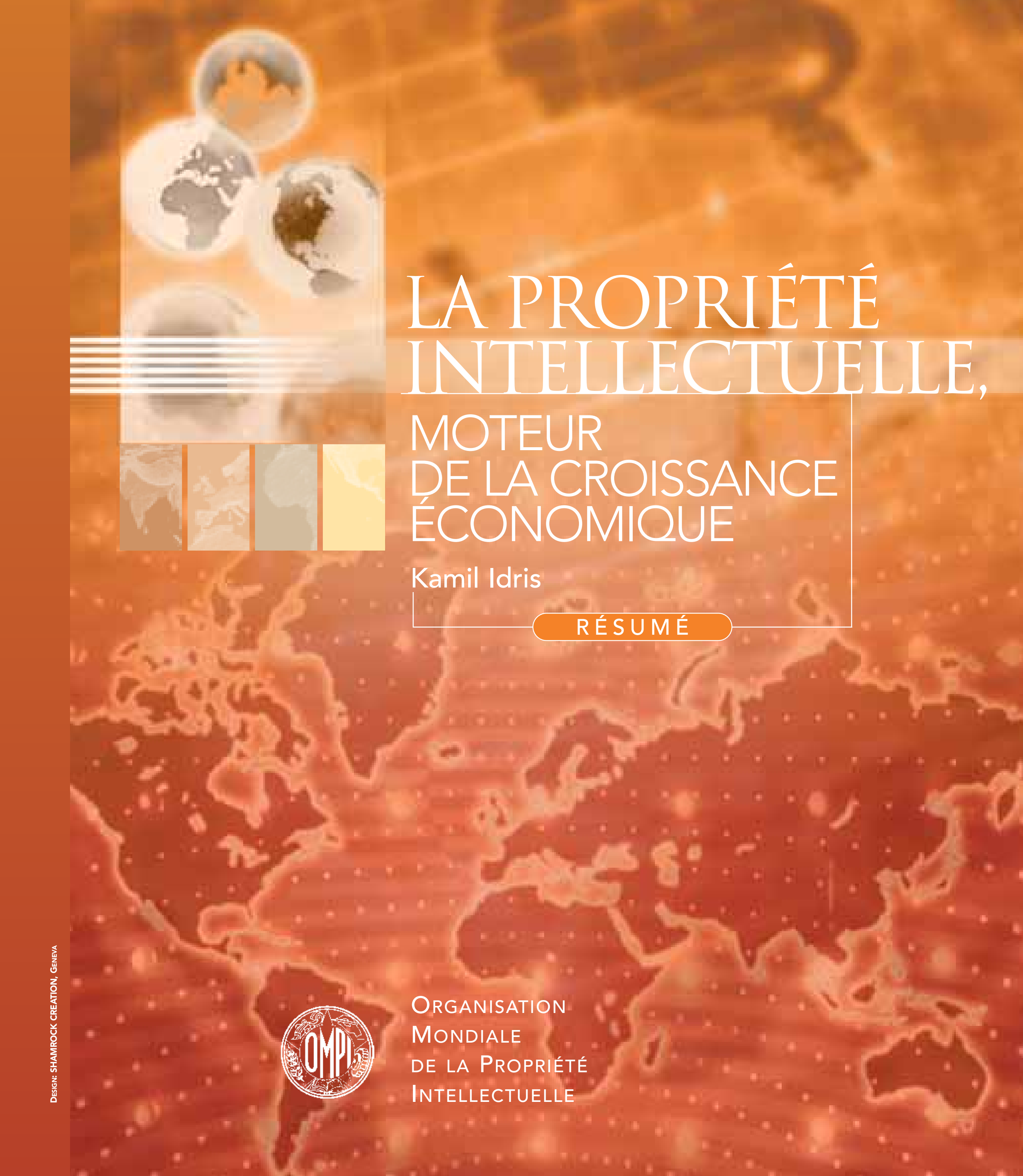
Le texte complet de cette publication peut être obtenu sous forme reliée ou sur CD-ROM auprès de l'OMPI, à l'adresse indiquée ci-dessous, ou commandé auprès de la librairie électronique de l'Organisation (www.wipo.int/ebookshop).

Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)
34 chemin des Colombettes
Case postale 18
CH-1211 Genève 20
Suisse
Téléphone : +41 22 338 91 11
Messagerie électronique : wipo.mail@wipo.int

www.ompi.int

Publication de l'OMPI n° 888.1(F) ISBN 92-805-1240-X Juin 2003

Design: SHAMROCK CREATION, Geneva



LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, MOTEUR DE LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Kamil Idris

RÉSUMÉ

ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
MOTEUR DE LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE

INTRODUCTION

Le terme de propriété intellectuelle est de plus en plus employé de nos jours, mais il demeure mal compris. Pour beaucoup, il s'agit encore d'un obscur concept juridique sans grand rapport avec la vie quotidienne.

La propriété intellectuelle – Moteur de la croissance économique est un ouvrage qui vise à démythifier la propriété intellectuelle et à en expliquer la *raison d'être* et le *fonctionnement* – contrairement à beaucoup d'autres textes qui visent à la *définir*. **La propriété intellectuelle est présentée comme un "moteur" du développement économique et de la création de richesses qui n'est pas encore utilisé partout de manière optimale, en particulier dans les pays en développement.**

Cet ouvrage constitue un mode d'emploi des actifs incorporels, tels que savoir, information, créativité et esprit d'invention, qui se substituent rapidement aux actifs corporels traditionnels que sont notamment la terre, la main-d'œuvre et le capital, en tant que forces motrices de la vie économique et du bien-être social.

CRÉATIVITÉ ET INNOVATION – DES RESSOURCES NATURELLES UNIVERSELLES

"L'imagination est plus importante que le savoir" — Albert Einstein

La préférence exprimée par Albert Einstein constitue un bon point de départ, puisque la propriété intellectuelle est fondée sur le pouvoir de l'imagination. Einstein avait compris que c'est la capacité de s'appuyer sur un socle de connaissances admises et de regarder plus loin, en quête de la prochaine découverte, qui est source de progrès personnel, culturel et économique.

L'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) est convaincue que la propriété intellectuelle est inhérente à toutes les nations, qu'elle joue un rôle important dans toutes les cultures et qu'elle contribue à l'évolution des sociétés.

Le grand chimiste et inventeur afro-américain George Washington Carver – né dans les années 1860 – était convaincu de la véracité de ce message. Il est l'inventeur des méthodes d'assolement pour conserver les nutriments présents dans le sol et a découvert des centaines de nouvelles utilisations de plantes cultivées telles que l'arachide, créant ainsi de nouveaux marchés pour les agriculteurs aux États-Unis d'Amérique. Il avait compris que le pouvoir de la créativité et de l'innovation appliqué à l'expression artistique ou à la résolution de problèmes pratiques n'est pas l'apanage d'un pays ou d'un peuple, mais qu'il s'agit d'une ressource au potentiel illimité, à la disposition de chacun.

Mis en valeur par la propriété intellectuelle, il peut contribuer à enrichir la vie des individus et l'avenir des nations sur les plans matériel, culturel et social.













ÉVOLUTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Avec l'aimable autorisation du Musée Gutenberg de Mayence

L'Italie du nord, à l'époque de la Renaissance, est considérée comme le berceau du système de la propriété intellectuelle – le concept n'est donc pas nouveau. Une loi vénitienne de 1474 constitue la première tentative systématique visant à protéger les inventions au moyen d'une sorte de brevet garantissant un droit exclusif à un individu. Au cours de ce même XVe siècle, l'invention des caractères mobiles et de la presse à imprimer par Johannes Gutenberg vers 1440 a contribué à la naissance du premier système de droit d'auteur au monde.

Vers la fin du XIXe siècle, des moyens de fabrication novateurs ont provoqué une industrialisation à grande échelle, qui s'est notamment accompagnée des phénomènes suivants : urbanisation rapide, expansion des réseaux ferroviaires, investissement de capitaux et essor du commerce transocéanique. Des idéaux nouveaux privilégiant l'industrialisation, l'émergence de gouvernements centralisés plus forts et le renforcement du nationalisme ont conduit de nombreux pays à adopter leurs premières lois modernes en matière de propriété intellectuelle.

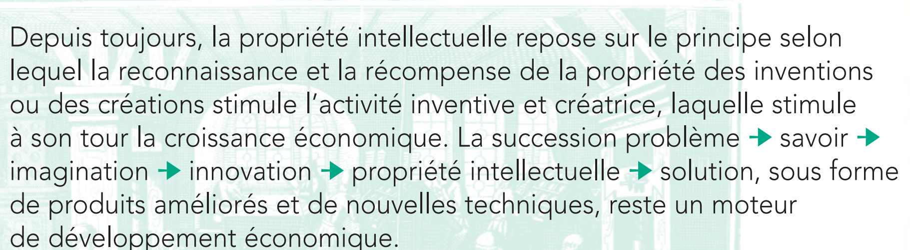


C'est également de cette époque que date l'origine du système international de la propriété intellectuelle, avec deux traités de propriété intellectuelle fondamentaux, à savoir la Convention de Paris de 1883 pour la protection de la propriété industrielle et la Convention de Berne de 1886 pour la protection des œuvres littéraires et artistiques.



Depuis toujours, la propriété intellectuelle repose sur le principe selon lequel la reconnaissance et la récompense de la propriété des inventions ou des créations stimule l'activité inventive et créatrice, laquelle stimule à son tour la croissance économique. La succession problème → savoir → imagination → innovation → propriété intellectuelle → solution, sous forme de produits améliorés et de nouvelles techniques, reste un moteur de développement économique.





ÉCONOMIE ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Depuis de nombreuses années, les économistes tentent d'expliquer pourquoi certaines économies se développent rapidement et d'autres non; autrement dit, pourquoi certains pays sont riches et d'autres ne le sont pas. On s'accorde généralement à penser que le savoir et l'innovation ont joué un rôle important dans la croissance économique récente. Le célèbre économiste Paul Romer pense que l'accumulation de savoirs est le moteur de la croissance économique. Selon sa théorie, pour favoriser la croissance, les pays doivent adopter des politiques économiques qui encouragent l'investissement dans la recherche-développement et subventionner des programmes de mise en valeur des ressources humaines.

La croissance économique qu'ont connu certains pays dans les années 90 en est l'illustration. L'essor rapide des connaissances et l'émergence de nouvelles technologies ont entraîné une réorientation des politiques de propriété intellectuelle et l'adoption de nouvelles pratiques de gestion des actifs fondés sur le savoir.

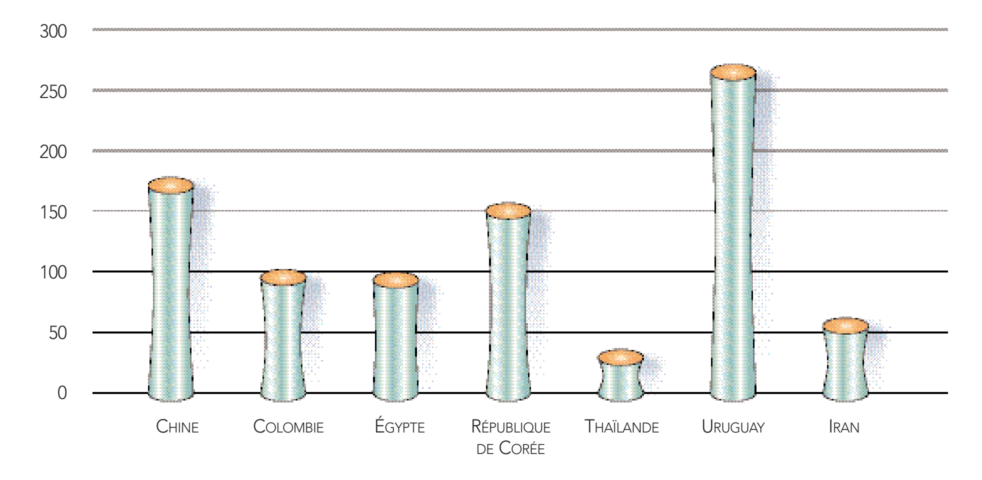


L'importance croissante de la propriété intellectuelle et la reconfiguration du commerce mondial à l'œuvre depuis le début des années 90 ont notamment donné lieu à l'établissement de liens entre ces deux domaines. Certains pays en développement ont commencé à adopter des mesures commerciales pour lutter contre le piratage de la propriété intellectuelle à l'étranger. Cette évolution a notamment conduit à l'adoption de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC), l'un des accords de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) découlant des négociations commerciales multilatérales du Cycle d'Uruguay.

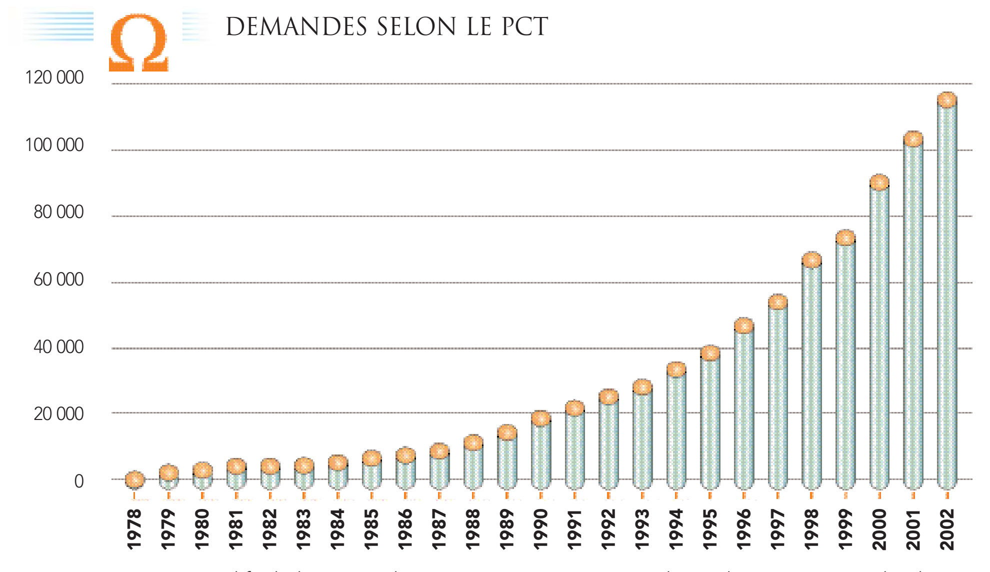
Dans les années 90, un nombre croissant de décideurs des puissances économiques émergentes ont pris conscience du rôle important que pouvait jouer le système de la propriété intellectuelle s'agissant d'encourager l'investissement privé dans la recherche-développement, en particulier dans les domaines industriel et scientifique. De nombreuses études montrent qu'un système de propriété intellectuelle fiable est une incitation essentielle à l'investissement étranger direct (IED). Ainsi, on a pu constater une augmentation régulière du niveau de l'IED en Inde depuis qu'une réforme du système des brevets et des marques a été entreprise au début des années 90. Au Brésil, la progression de l'IED a été encore plus spectaculaire à la suite de l'adoption, en 1996, d'une nouvelle loi sur la propriété industrielle (4,4 milliards de dollars É.-U. en 1995 contre 32,8 milliards en 2000).

La tendance des entreprises à faire breveter leurs inventions s'est aussi accrue au niveau mondial et est particulièrement marquée au Japon, aux États-Unis d'Amérique et en Europe. Au Japon, il a fallu 95 ans pour parvenir au premier million de brevets délivrés et seulement 15 pour parvenir à deux millions. Le nombre de demandes de brevet augmente aussi dans les pays en développement (voir le graphique Θ, qui indique le nombre de demandes déposées auprès des offices nationaux de certains pays en développement).

Θ NOMBRE TOTAL DES DEMANDES DE BREVET DÉPOSÉES DANS CERTAINS PAYS EN DÉVELOPPEMENT
(AUGMENTATION EN POURCENTAGE DE 1994 À 2000)



On constate une tendance similaire pour les demandes internationales de brevet déposées selon le Traité de coopération en matière de brevets (PCT) administré par l'OMPI : il a fallu 18 ans pour parvenir à la 250 000e demande mais uniquement quatre ans pour faire doubler ce chiffre (voir le graphique Ω).



Le PCT simplifie l'obtention d'une protection internationale par brevet, et en réduit le coût, tout en facilitant l'accès du public à la masse d'information technique relative aux inventions. Toute personne déposant une seule demande internationale de brevet selon ce traité peut demander simultanément une protection pour son invention dans l'un ou la totalité des 120 États contractants (en juin 2003) dans le monde entier.

ACTIFS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET VALEUR DE L'ENTREPRISE

Les actifs de propriété intellectuelle prennent une place croissante parmi les critères d'évaluation de la viabilité et des résultats futurs des entreprises. En 1982, les biens corporels représentaient environ 62% des actifs des sociétés aux États-Unis d'Amérique. En 2000, cette proportion est tombée à 30%. Au début des années 90, les actifs incorporels représentaient, en Europe, plus du tiers des actifs des entreprises. En 1992, ils représentaient déjà plus de 35% de l'investissement public et privé aux Pays-Bas.

Selon une étude récente, on estime à 40% en moyenne la part de la valeur d'une société – immobilisée sous forme d'actifs incorporels – qui n'apparaît pas dans son bilan.



C'est la raison pour laquelle la propriété intellectuelle est quelquefois qualifiée de "valeur cachée". Mais, que leur valeur soit cachée ou expressément déterminée, il ne fait plus de doute que les brevets, les droits d'auteur et les droits connexes, les marques, les indications géographiques et les secrets d'affaires contribuent de manière significative à la valorisation de l'entreprise.

UTILISATION DES ACTIFS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LES TRANSACTIONS COMMERCIALES

On prend de plus en plus conscience du fait que la propriété intellectuelle constitue aujourd'hui l'un des actifs les plus précieux, voire souvent le plus précieux, des transactions commerciales, qu'il s'agisse de contrats de licence, de fabrication, d'achat ou de distribution, ou encore de fusions-acquisitions. Les licences d'exploitation de brevets, de matériel protégé par le droit d'auteur et de marques s'accompagnent souvent d'un transfert de savoir-faire dans le cadre d'une formation et constituent un élément de plus en plus important dans ces opérations. L'idée selon laquelle le système de la propriété intellectuelle confère des droits exclusifs dont l'exercice entrave l'action des concurrents est de plus en plus démentie par les faits. Dans la pratique, la propriété intellectuelle est utilisée autant pour autoriser l'exploitation sous licence de produits ou de technologies que pour interdire à des tiers de les utiliser. Grâce à ces licences, les titulaires des droits de propriété intellectuelle perçoivent des recettes sous forme de redevances et les titulaires des licences peuvent disposer de produits ou de technologies auxquels ils n'auraient peut-être pas eu accès autrement. Dans le cadre de ces transactions, les titulaires des licences peuvent aussi obtenir le droit d'apporter des améliorations ou de créer des produits dérivés et constituer ainsi leurs propres actifs de propriété intellectuelle, qui peuvent alors faire l'objet d'une licence croisée ou non, ou être cédés sous licence à des tiers. Il s'ensuit un cycle très productif d'inventions et de transactions commerciales.

Selon un rapport publié par PricewaterhouseCoopers en 1999, les contrats de licence de propriété intellectuelle ont dépassé, en valeur, 100 milliards de dollars É.-U., ce qui donne une idée de l'importance économique des actifs de propriété intellectuelle aujourd'hui.

GESTION MODERNE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET NOUVELLE ÉCONOMIE

En raison de la prise de conscience de sa valeur économique, la propriété intellectuelle revêt une importance majeure dans la gestion des entreprises. La gestion de la propriété intellectuelle participe à la constitution de volumineux portefeuilles d'actifs de propriété intellectuelle qui trouveront leur place dans des opérations de fusion-acquisition, de création de coentreprises, des accords de coopération en matière de R-D ou des contrats de licence, tout comme la gestion de produits permet de constituer un portefeuille de produits. Les portefeuilles d'actifs de propriété intellectuelle sont élaborés selon une stratégie définie, axée sur des domaines-clés, selon les marchés de produits ou de technologies et les possibilités de conclure des contrats de licence croisée.



Les sociétés créent des alliances entre elles pour augmenter la valeur de leurs actifs de propriété intellectuelle et obtenir des avantages concurrentiels réciproques par le biais de licences croisées.

Ces alliances sont souvent un moyen pour les sociétés qui en sont membres de renforcer nettement leur position dans leur créneau, ce qui leur permet de promouvoir l'instauration de normes techniques dans ce secteur.



LES BREVETS



Le brevet, qui protège une idée nouvelle et utile, met l'inventeur temporairement à l'abri des forces concurrentielles du marché. Cette protection se limite au libellé exact des revendications contenues dans la demande de brevet, mais elle est solide et s'étend sur de nombreuses années. Le système des brevets repose sur le postulat que cette protection et l'avantage concurrentiel qui en découle encouragent les inventions parce que les inventeurs savent qu'ils pourront obtenir une contrepartie financière pour leur ingéniosité.



Le système des brevets permet aussi de promouvoir la concurrence technique et commerciale car les titulaires de brevets doivent divulguer en détail leur invention en échange du droit exclusif d'exploiter celle-ci pendant une période déterminée. Par conséquent, eux-mêmes et leurs concurrents se livrent à une course pour améliorer ces inventions et utiliser les techniques disponibles pour en créer de nouvelles (voir l'encadré ω).

ω L'EXEMPLE DE TOYOTA

Présenté par TOYOTA Motor Corporation

En 1896, Sakichi Toyota obtient un brevet pour une version d'un métier à tisser mécanique qui ressemble à des machines déjà utilisées en Europe. Treize ans plus tard, Sakichi parvient à inventer un métier à tisser automatique; un certain nombre d'autres brevets seront nécessaires pour compléter et perfectionner l'invention. C'est finalement en 1924 que le métier à tisser automatique de type G de Toyota arrivera sur le marché. Kiichiro Toyota, le fils de Sakichi, conclut un important accord avec Platt Brothers & Co. pour sa commercialisation. Toyota reçut de Platt Brothers 100 000 livres (l'équivalent de 25 millions de dollars É.-U. actuels) contre le droit exclusif de fabriquer et de vendre le métier automatique dans tout pays autre que le Japon, la Chine et les États-Unis d'Amérique. Toyota décida d'utiliser les 100 000 livres comme capital initial d'une société automobile qu'il créa et de financer la recherche-développement nécessaire.

Source : Tadashi Ishii, "Industrial Innovation in Japan and the Role of the Patent System": Case Study of Toyota (étude de cas présentée lors d'une conférence, Université Washington, St. Louis (Missouri), en octobre 2000).



LES BREVETS PEUVENT PROMOUVOIR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

La façon dont les brevets stimulent le développement économique pourrait faire l'objet de plusieurs volumes. Les sections ci-après visent à expliquer l'essentiel de ce processus au moyen de faits et d'exemples. Les brevets peuvent servir à stimuler le développement économique de quatre façons principales :

- l'information en matière de brevets facilite le transfert de technologie et l'investissement;
- les brevets permettent d'encourager la recherche-développement dans les universités et les centres de recherche;
- les brevets sont le catalyseur des nouvelles technologies et de la création d'entreprises; et
- les entreprises accumulent et utilisent des brevets dans le cadre de contrats de licence, de coentreprises ou d'autres transactions génératrices de revenus.

L'INFORMATION EN MATIÈRE DE BREVETS FACILITE LE TRANSFERT DE TECHNOLOGIE ET L'INVESTISSEMENT

La délivrance d'un brevet s'accompagne, en contrepartie, d'une divulgation complète de l'invention. C'est pourquoi les bases de données sur les brevets, qui sont publiques et consultables sur l'Internet, constituent une riche source d'information technique qui peut être utilisée tant qu'il n'est pas porté atteinte au brevet. Ces bases de données peuvent également servir à trouver d'éventuels donneurs de licence ou partenaires commerciaux. Il a été indiqué que 67% des sociétés des États-Unis d'Amérique possèdent des actifs techniques qu'elles n'exploitent pas (et dont la valeur est évaluée à un montant compris entre 115 milliards et un billion de dollars É.-U.). Des innovations évaluées à quelque 100 milliards de dollars É.-U. sont immobilisées dans les portefeuilles de propriété intellectuelle des grandes sociétés. Au lieu de laisser les inventions gonfler leurs coûts de gestion, ces sociétés pourraient les mettre en vente ou les céder sous licence (voir l'encadré τ à titre d'illustration).

τ L'AZITHROMYCINE – L'UN DES ANTIBIOTIQUES LES PLUS VENDUS AU MONDE EST CROATE

Pliva, l'une des sociétés les plus rentables de Croatie et l'une des plus grandes entreprises pharmaceutiques d'Europe centrale, est généralement considérée comme la première multinationale originaire d'Europe centrale. Après avoir connu des difficultés, cette société a pris un tournant spectaculaire à la suite de la découverte par ses chercheurs de l'azithromycine. Cet antibiotique est aujourd'hui le plus vendu au monde. Pliva l'a fait breveter en 1980, puis en a cédé l'exploitation sous licence à Pfizer, qui le commercialise sous le nom de Zithromax™. Les ventes de Zithromax™ ont dépassé 1,5 milliard de dollars É.-U. en 2001. Les recettes phénoménales procurées par le contrat de licence ont permis l'expansion rapide de Pliva en Croatie, en Pologne et en Russie. Le plus remarquable est que rien de cela ne serait arrivé si les chercheurs de Pfizer n'étaient tombés par hasard, en 1981, sur le brevet de Pliva alors qu'ils compulsaient des documents de brevet à l'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique.

Source : Wall Street Journal (Bruxelles), 3 mars 1999, p. 14.

LES BREVETS PERMETTENT D'ENCOURAGER LA RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT DANS LES UNIVERSITÉS ET LES CENTRES DE RECHERCHE



La relation entre la recherche universitaire financée par les pouvoirs publics et la propriété intellectuelle peut être dynamique. En effet, la recherche-développement menée par ces établissements peut aboutir à des inventions qui peuvent ensuite être utilisées pour générer des revenus au profit d'universités par le biais de contrats de licences. Grâce aux recettes provenant des licences, l'université peut à son tour financer de nouvelles activités de recherche-développement et renforcer l'exécution de sa mission première, à savoir l'enseignement. Le centre de recherche ou l'université devient alors la plaque tournante d'un cycle d'activités dynamiques et novatrices. Cet environnement a des effets macro-économiques bénéfiques, et permet notamment de réduire la "fuite des cerveaux", d'apporter un soutien financier au système éducatif et de promouvoir la recherche de pointe.



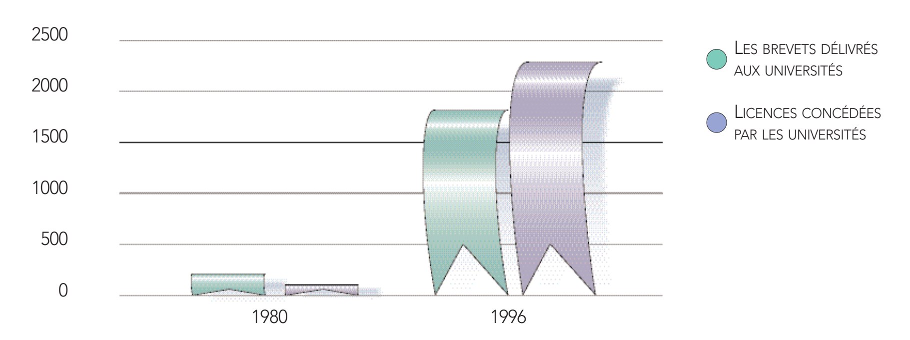
Dans les pays en développement, les programmes de recherche sont principalement financés par le secteur public ou par les universités (qui, pour la plupart, sont publiques), mais ce financement est souvent insuffisant. La part des dépenses de recherche-développement dans les pays en développement continue à diminuer. L'investissement étranger direct et l'instauration de partenariats entre des centres de recherche ou des universités du pays et le secteur privé peuvent constituer une approche intéressante pour renforcer les investissements étrangers. Ce type d'investissements et de contrats de licence est encouragé notamment par la consolidation de la législation relative à la propriété intellectuelle, mais aussi par la modification des lois et des politiques en vue de faciliter l'exploitation sous licence, par le secteur privé, des technologies issues des universités et des centres de recherche.



Les lois et les politiques en la matière doivent permettre aux universités et aux institutions publiques d'obtenir des brevets, de concéder des licences exclusives ou non à des entreprises privées et d'engranger des recettes au titre des redevances.

Aux États-Unis d'Amérique, par exemple, la loi Bayh–Dole de 1980 a permis à des universités et à de petites entreprises d'opter en faveur de la propriété des inventions réalisées grâce à des fonds fédéraux et de participer directement au processus de commercialisation. Cette nouvelle politique a aussi permis de concéder des licences sur des inventions réalisées dans des universités à des entreprises chargées de les fabriquer. Cette loi a favorisé une augmentation notable du transfert de technologie entre les universités et les entreprises (voir le graphique Π).

Π TRANSFERT DE TECHNOLOGIE DES UNIVERSITÉS VERS LES ENTREPRISES, AUX ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE – EFFET DE LA LOI BAYH–DOLE DE 1980



LES BREVETS SONT LE CATALYSEUR DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET DE LA CREATION D'ENTREPRISES

Les brevets contribuent efficacement à la création de technologies et d'industries nouvelles. La biotechnologie, par exemple, n'aurait pas pu se développer comme elle l'a fait sans le système des brevets (voir l'encadré π).

π LE SUCCÈS DU DR. REDDY EN INDE

Le Dr. K. Anji Reddy a fondé en Inde une société pharmaceutique qui s'est développée rapidement, commercialisant des produits pharmaceutiques de qualité à bas prix sur les marchés mondiaux. La fondation pour la recherche du Dr. Reddy a été créée en 1993 dans le but de découvrir de nouvelles pharmacothérapies. Elle attribue la plus grande part de son succès à la protection par brevet, grâce à laquelle elle est en mesure de commercialiser ses nouveaux médicaments et de concéder des licences d'exploitation sur ces produits dans le monde entier. La fondation a déposé des demandes de brevet dans plusieurs pays pour toutes ses inventions, et notamment 31 demandes de brevet de produit aux États-Unis d'Amérique, dont 17 ont déjà donné lieu à la délivrance d'un brevet. En Inde, elle a déposé 110 demandes de brevet pour des produits et des procédés. La protection par brevet étant capitale pour ses activités, la fondation a créé un groupe interne de gestion des actifs de propriété intellectuelle, qui supervise toutes les demandes internationales de brevet et toutes les questions de stratégie en matière de brevets.

Source : Fondation pour la recherche du Dr. Reddy

La recherche pharmaceutique et biotechnologique ayant une dimension planétaire, des partenariats ont été conclus entre des sociétés du monde entier, notamment dans les nouvelles puissances économiques que sont le Brésil, l'Inde, la Chine, Cuba, la République de Corée et Singapour (voir l'encadré σ).

σ BIOBRÁS—COENTREPRISE DE BIOTECHNOLOGIE ET RECHERCHE UNIVERSITAIRE AU BRÉSIL

Biobrás était un petit laboratoire indépendant au sein de l'Université fédérale de Minas Gerais (Brésil), quand elle a démarré son activité de production d'enzymes dans le cadre d'un contrat de licence avec le New England Enzyme Center (États-Unis d'Amérique). En 1977, avec l'aide du Ministère brésilien de la santé, Biobrás a négocié un accord de coentreprise avec des titulaires de brevets et la multinationale pharmaceutique Eli Lilly pour la production d'insuline animale et sa commercialisation au Brésil. Au titre de cet accord de coopération, le personnel de Biobrás a été formé par Eli Lilly aux divers aspects de la recherche-développement, de la gestion et de la commercialisation. Lorsque, six ans plus tard, l'accord conclu avec Eli Lilly est arrivé à son terme, Biobrás était devenu un important fabriquant d'insuline, utilisant une technologie de pointe. Depuis lors, Biobrás s'est aussi lancé dans des activités de recherche qui ont débouché sur une avancée importante dans ce domaine. Cette société fait aujourd'hui partie des quatre sociétés pharmaceutiques – et elle est la seule à ne pas être une multinationale – ayant la capacité et la technologie voulues pour produire de l'insuline humaine recombinée. Cette technique a été élaborée pas Biobrás en collaboration avec l'Université de Brasilia et a été par la suite brevetée au Brésil, au Canada, aux États-Unis d'Amérique et en Europe.

Sources : site Web de Biobrás, www.uol.com.br, site Web de Biominas, Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique, et pharmalicensing.com

• LES ENTREPRISES ACCUMULENT ET UTILISENT DES BREVETS DANS LE CADRE DE CONTRATS DE LICENCE, DE COENTREPRISES OU D'AUTRES TRANSACTIONS GÉNÉRATRICES DE REVENUS

Des multinationales aux petites et moyennes entreprises (PME), les sociétés peuvent tirer profit de l'accumulation d'actifs de propriété intellectuelle et de la concession de licences de propriété intellectuelle.



Cette activité peut stimuler la concurrence et ouvrir des perspectives commerciales rentables qui s'accompagnent de création d'emplois, de formation professionnelle et de mise en valeur des ressources humaines, de la fourniture de biens et de services nécessaires et de l'augmentation des revenus de l'entreprise et des salariés.

De nos jours, la concession de licences – c'est-à-dire le partage et la distribution des actifs de propriété intellectuelle – l'emporte de plus en plus sur la protection judiciaire parmi les motivations des titulaires de brevets. La concession de licences de propriété intellectuelle peut être extrêmement rentable. Sur la seule année 2000, IBM a réalisé 1,7 milliard de dollars É.-U. de recettes grâce à la concession de licences de brevets. La société Texas Instruments a, quant à elle, réalisé 500 millions de dollars É.-U. de recettes. Les recettes mondiales liées à la concession de licences de brevets sont passées, au total, de 10 milliards de dollars É.-U. en 1990 à 110 milliards en 2000. Ces chiffres impressionnants ne doivent pas donner à penser que la concession de licences dans le domaine technologique est une pratique réservée aux grandes sociétés multinationales ou aux instituts de recherche les plus cotés. Une PME titulaire de brevets peut aussi participer à ce genre de relations commerciales valorisées par l'utilisation de brevets. En revanche, une PME dépourvue de brevets doit s'en remettre au facteur temps pour récolter les fruits d'un avantage concurrentiel, d'un service de meilleure qualité ou d'autres éléments. Ce constat vaut autant pour les pays développés que pour les pays en développement.

IMPORTANCE DES BREVETS POUR LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT

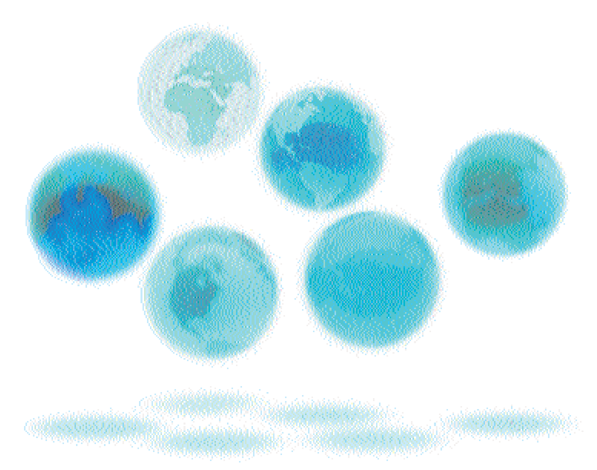
Il importe de s'arrêter sur l'argument parfois avancé selon lequel le système des brevets, contrairement à d'autres formes de propriété intellectuelle, n'est pas intéressant pour les pays en développement, en raison de leur faible niveau technologique. Certains prétendent que le droit d'auteur, les marques commerciales et les indications géographiques peuvent être utiles et adaptés à ces pays, contrairement aux brevets, sauf pour attirer l'investissement étranger direct. Des détracteurs du système des brevets prétendent que les brevets peuvent même causer du tort aux pays en développement, à cause du pouvoir sur le marché et sur les prix qu'ils confèrent à leurs titulaires.

L'idée que les brevets ne sont d'aucun intérêt pour les pays en développement ou encore qu'ils ne sont pas compatibles avec leurs objectifs économiques est erronée et donne l'impression qu'il serait possible de se développer sur le plan économique en marge du système international des brevets. C'est une erreur car les brevets sont un élément essentiel de la stratégie économique de tous les pays, quel que soit leur degré de développement.

En outre, aujourd'hui, les pays en développement, certains plus que d'autres, utilisent habilement le système des brevets aux fins du développement économique. À cet égard, le rôle de leur gouvernement et de leurs responsables politiques est capital, car c'est à eux qu'il appartient d'utiliser efficacement le système des brevets aux fins du développement économique national en mettant en œuvre une politique volontariste en matière de brevets.

POLITIQUES VOLONTARISTES EN MATIÈRE DE BREVETS

Il faut, pour utiliser les brevets aux fins du développement économique, mettre en place une politique volontariste, intrinsèquement liée au développement économique. L'expérience de Singapour et de la République de Corée dans ce domaine confirme l'importance d'une telle démarche. Les politiques nationales doivent viser à encourager la concession de licences de brevets, les coentreprises et les alliances stratégiques, car ces éléments stimulent l'invention au niveau national, ainsi que l'investissement étranger direct. Parallèlement à ces mesures de promotion de l'investissement étranger direct et du transfert de technologie au moyen de politiques volontaristes en matière de brevets, stimuler la recherche-développement dans les universités et les centres de recherche peut aussi être un bon tremplin pour développer les savoirs au niveau national et peut fournir le "carburant" permettant d'entretenir le cycle d'innovation national. Correctement utilisés, les brevets sont des moteurs efficaces de l'innovation nationale, de la recherche-développement, de la création de produits et de transactions commerciales qui ont des effets macro- et micro-économiques bénéfiques.



LES MARQUES

Les marques jouent un rôle précieux sur le plan macro-économique car elles permettent de déterminer l'origine des produits et des technologies et, par voie de conséquence, de renforcer la responsabilité de l'entreprise vis-à-vis du consommateur. Elles occupent également une place stratégique en matière de commercialisation dans les différentes entreprises. Elles sont le plus souvent utilisées dans la publicité destinée au consommateur pour promouvoir les ventes de produits, mais leur utilisation est devenue de plus en plus subtile et variée.

Les marques contribuent à la fidélisation des clients. Des études montrent que l'aptitude à fidéliser la clientèle est tout aussi génératrice de revenus que l'aptitude à attirer de nouveaux clients : "une réduction des défections de 5% seulement a entraîné une augmentation des bénéfices de 85% dans un réseau bancaire, de 50% chez un courtier d'assurances et de 30% dans une chaîne d'entretien et de réparation d'automobiles". Les marques non seulement contribuent à promouvoir les ventes de produits et à fidéliser la clientèle, mais également permettent à leurs propriétaires d'augmenter leur rentabilité, de faire face à la concurrence déloyale, d'accroître et de maintenir leur part de marché, de différencier les produits, de lancer de nouvelles lignes de produits, de percevoir des redevances en concédant l'usage de leurs marques sous licence, de constituer des partenariats stratégiques et des alliances commerciales et de justifier la valeur d'une entreprise dans des opérations financières.

Les marques sont également l'un des éléments fondamentaux des activités de franchisage. L'Association internationale des franchisés estime que le franchisage entre pour un tiers dans les ventes de détail aux États-Unis d'Amérique, y compris les ventes de sociétés comme McDonald's, Coca-Cola, General Motors et Re-Max. L'utilisation stratégique d'une marque en association avec le franchisage est un modèle de gestion efficace dans de nombreux pays (voir l'encadré δ).





Avec l'aimable autorisation de ®Vegemite

Avec l'aimable autorisation de Nando's Group Holdings Ltd



δ NANDO'S, UNE RÉUSSITE SUD-AFRICAINE DANS LA GESTION DES MARQUES

Dans la communauté portugaise de Johannesburg, le poulet était préparé selon une recette au secret bien gardé. En 1987, Fernando Duarte et son ami Robert Brozin se sont associés pour créer Nando's, chaîne de restaurants aujourd'hui en plein essor avec plus de 200 établissements en Afrique et en Australie ainsi qu'en Arabie saoudite, au Canada, en Égypte, en Israël, en Malaisie et au Royaume-Uni. La société s'est constituée à l'échelle internationale une solide réputation et une clientèle considérable sous le nom de Nando's, lequel est immédiatement et directement associé à la chaîne de restauration rapide spécialisée dans la viande de poulet et implantée dans le monde entier, de sorte que la société possède maintenant un large portefeuille international de marques enregistrées conçues à partir du mot Nando's. La force de la marque "Nando's" a également permis à la société de se diversifier dans d'autres secteurs tels que la vente au détail de produits et d'articles de la marque Nando's. "Nous sommes probablement l'une des plus grandes marques mondiales non américaines de la restauration rapide. Nombre de sociétés sud-africaines ont acheté des marques de renommée mondiale, mais aucune n'a osé se lancer sur le marché avec une marque sud-africaine. C'est ce que nous essayons de faire" a dit M. Brozin.

En mars 2000, Nando's a déposé auprès du Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI une plainte pour cybersquattage en vertu des Principes directeurs concernant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine (UDRP) génériques de premier niveau, adoptés par l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Le défendeur, domicilié en Californie, qui avait enregistré les noms de domaine nandos.com et nandoschicken.com, offrait à Nando's de les exploiter sous licence ou de les racheter. La commission administrative a donné gain de cause à Nando's et a ordonné au défendeur de transférer les noms de domaine à la société.

Sources : Nando's International Limited et The Financial Times (Londres).

La complexité croissante de l'utilisation des marques en termes de stratégie commerciale est illustrée par l'exploitation sous licence du personnage d'Harry Potter de la célèbre série de livres pour enfants de J.K. Rowling. La Warner Brothers, qui a acquis les droits de marchandisage sur cette œuvre pour le monde entier, a été stupéfaite de voir le film "Harry Potter à l'école des sorciers" se ranger parmi les plus grands succès de tous les temps et générer des recettes estimées à 93,5 millions de dollars É.-U. au cours des trois premiers jours. La Warner Brothers avait divisé les droits de licence entre différents partenaires commerciaux ou preneurs de licences : Hasbro a obtenu les droits pour la distribution des cartes de collection et des jeux électroniques pour les jeunes et Mattel, son concurrent, pour la fabrication des jouets; une autre société possède les droits de fabrication des "bonbons interactifs"; Electronic Arts, la société californienne de logiciels de loisir, a obtenu une licence pour fabriquer des jeux d'ordinateur et des jeux vidéo avec le personnage d'Harry Potter; et Coca-Cola a acquis d'autres droits sur la commercialisation du film. Vue sous l'angle de cet ensemble complexe d'accords, la concession de marques sous licence devient un moyen d'élargir la dimension de la marque et une technique de commercialisation en association avec d'autres sociétés, de sorte que chaque produit favorise la vente des autres produits en renforçant la popularité du personnage.

La technologie occupant une place toujours plus importante dans les affaires, l'utilisation des marques a évolué et est devenue plus complexe, notamment lorsqu'il s'agit de signaler la conformité avec certains critères de sécurité, d'indiquer que des spécifications techniques sont respectées ou d'assurer l'interopérabilité de systèmes techniques complexes. Autre évolution dérivée de la technologie : l'essor de l'Internet a soulevé plusieurs questions difficiles concernant l'interaction entre les noms de domaine et les marques.

Certaines marques sont devenues des "icônes culturelles" utilisées dans le monde entier, leur usage s'étant étendu, au-delà de l'image de marque commerciale, aux individus, aux organisations caritatives et aux nations qui cherchent à mettre en avant leurs spécificités. Ainsi, la star de Reykjavik, Bjork, projette une image originale et non conformiste dont on dit qu'elle représente l'Islande. De même, le Comité olympique chinois a cherché à redessiner le symbole olympique de manière à représenter le mouvement du Tai Chi tandis que l'Espagne encourage le tourisme en utilisant le logo "soleil España".

Les marques sont des instruments commerciaux efficaces qui peuvent faire passer un message fort et ciblé sur les produits, les techniques, les cultures et les individus. Contrairement aux brevets et au droit d'auteur, les marques peuvent être renouvelées indéfiniment, ce qui en fait des actifs de propriété intellectuelle très intéressants. Elles sont d'autant plus efficaces qu'elles font partie intégrante d'une stratégie globale de gestion et de commercialisation – qui peut comprendre la concession de licences et la vente de produits phares et d'autres actifs de propriété intellectuelle – mais peuvent être mises à mal lorsque les produits et les technologies qu'elles désignent ne sont pas à la hauteur des attentes de la clientèle.

LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

L'indication géographique, à l'instar de la marque, transmet un message. Elle indique aux acheteurs potentiels qu'un produit provient d'un endroit donné et possède certaines caractéristiques souhaitables qui ne se trouvent qu'à cet endroit. Les indications géographiques peuvent être utilisées dans le cadre de stratégies visant à promouvoir les entreprises régionales ou nationales.



Une spécialité régionale peut devenir plus intéressante aux yeux du consommateur lorsque la coopérative régionale et ses membres ont le droit exclusif d'utiliser une indication géographique particulière pour cette spécialité. Tout comme les marques, les indications géographiques peuvent ajouter une force commerciale dynamique à un produit et, parce qu'elles sont par définition détenues collectivement, elles constituent un excellent instrument de développement économique régional ou axé sur la communauté.

L'histoire de la tequila au Mexique montre bien qu'une utilisation stratégique des indications géographiques peut conduire au succès (voir l'encadré γ).







Avec l'aimable autorisation de la S.A. des caves et producteurs réunis de Roquefort

γ TEQUILA : IL N'Y A DE TEQUILA QUE LÀ OÙ POUSSENT LES AGAVES

La tequila est une boisson mexicaine qui a acquis une identité à part, souvent soulignée par l'apposition sur les bouteilles de certains symboles caractéristiques du Mexique. Toutefois, ce que peu de gens savent, c'est que la tequila est uniquement produite dans une zone spécifique du Mexique où pousse la principale matière première, à savoir l'agave, qui ressemble à un cactus, et que le nom "tequila" est protégé en tant qu'indication géographique au Mexique par un décret présidentiel de 1977. Selon cette législation particulière, le terme "tequila" ne peut être utilisé que pour une boisson produite par cinq États mexicains qui jouissent du droit de production exclusif. Aujourd'hui, la tequila a acquis une réputation mondiale. Ce terme constituant une indication géographique protégée dans de nombreux pays, les concurrents peuvent ne pas être autorisés à l'utiliser pour des boissons spiritueuses qui ne sont pas originaires de la zone de production mexicaine en question ou qui n'ont pas été fabriquées conformément à la législation mexicaine applicable. Ainsi, le terme "tequila" bénéficie d'une protection en tant qu'appellation d'origine conformément à l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (arrangement international administré par l'OMPI). La tequila s'est vendue encore davantage, dans la mesure où les producteurs pouvaient garantir la qualité du produit et éviter que son nom ne soit utilisé pour des produits faits avec des ingrédients différents, ce qui aurait pu entacher la réputation du produit mexicain original et induire les clients en erreur.



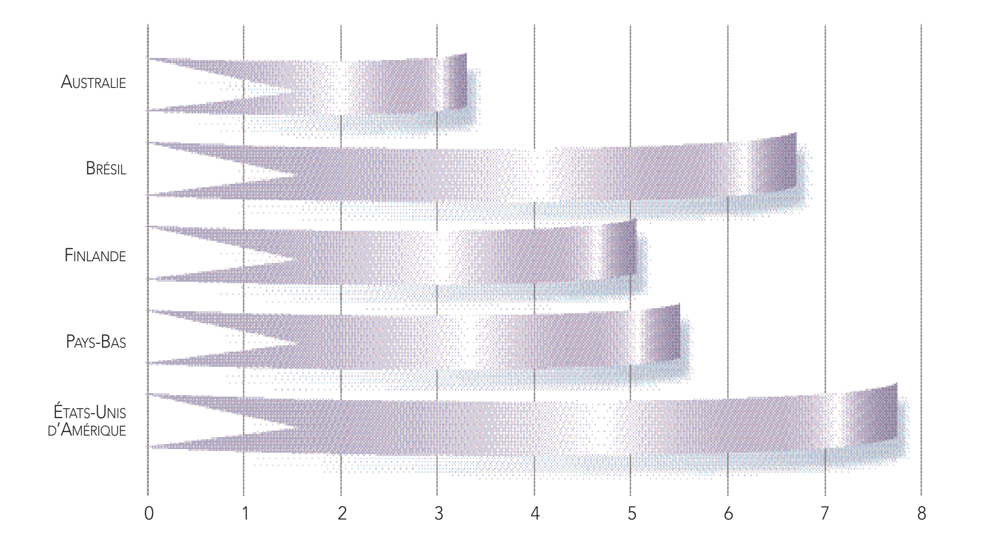
Source : Tequila Regulatory Council

DROIT D'AUTEUR ET INDUSTRIES CULTURELLES

Le droit d'auteur est la branche du droit qui protège les œuvres originales telles que livres, peintures, ouvrages d'architecture, compositions musicales et logiciels. La protection juridique octroyée à ces œuvres permet à des industries culturelles, ainsi qu'à des entreprises de nouvelle technologie, qu'il s'agisse de logiciels ou d'autres produits, de se développer et de prospérer.

On trouvera ci-après (voir le graphique Σ) quelques statistiques qui donnent une idée du poids des industries du droit d'auteur. En ce qui concerne les États-Unis d'Amérique, pour l'année 2001, la part des industries du droit d'auteur dans l'économie a été estimée à 791,2 milliards de dollars É.-U., soit approximativement 7,75% du PIB.

Σ PART DES INDUSTRIES DU DROIT D'AUTEUR DANS LE PIB (EN POURCENTAGE)








On trouvera ci-après une brève description d'une composition musicale, qui illustre comment le droit d'auteur et les droits connexes contribuent à l'industrie culturelle. Tout le processus sur lequel repose l'industrie de la musique du point de vue commercial débute par une chanson, ou plus exactement, une composition musicale. L'auteur-compositeur ou le compositeur sont les titulaires de tous les droits d'auteur sur la composition musicale au moment précis de la fixation, c'est-à-dire lorsque la composition est physiquement "fixée", soit sous forme de partition musicale, soit au moyen d'un dispositif d'enregistrement analogique ou numérique. C'est lors de la création ou de la fixation, selon les dispositions de la législation nationale, que la protection du droit d'auteur entre automatiquement en vigueur, sans autres formalités. Les usages créatifs qui peuvent en être faits sont parfaitement illustrés par l'exemple ci-dessous (voir l'encadré η).

η LES OBLIGATIONS BOWIE

Le célèbre musicien britannique David Bowie, au cours de ses 30 ans et quelques de carrière, a écrit des centaines de compositions musicales, qu'il a aussi interprétées et enregistrées. À partir des enregistrements de ces compositions et des interprétations qui en ont été faites par d'autres artistes, un flux de recettes s'est créé, qui se maintiendra vraisemblablement dans l'avenir. Une société de courtage imaginative, le groupe Pullman, a vu là une occasion de "titriser" les compositions musicales pour en faire un actif créateur de revenus. Elle a racheté sous licence les droits de David Bowie sur ses compositions musicales moyennant le versement au compositeur de 55 millions de dollars É.-U. Elle a ensuite vendu des obligations à des investisseurs sur la base d'un système de remboursement et de rémunération utilisant les recettes provenant des compositions musicales pour garantir l'investissement et en assurer le recouvrement. À ce jour, toutes les parties sont gagnantes puisque David Bowie a reçu un montant correspondant à de nombreuses années de redevances, le groupe Pullman a perçu des droits et touchera des bénéfices grâce à son modèle de gestion original et les investisseurs percevront quant à eux un bénéfice beaucoup plus élevé que ce que rapporterait un placement au taux du marché. L'ensemble de l'opération est garanti d'une façon des plus créatives par des actifs de propriété intellectuelle reconnus.

Source: http://www.pullmanco.com; Global Finance, novembre 1999

GESTION COLLECTIVE DU DROIT D'AUTEUR ET DES DROITS CONNEXES

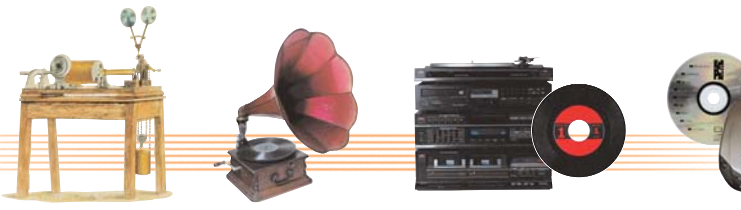
Pour les créateurs, le contrôle de l'utilisation de leurs œuvres, à la radio ou à la télévision par exemple, peut se révéler extrêmement difficile. C'est la raison pour laquelle certains pays ont créé des organismes spéciaux (appelés sociétés de gestion collective), chargés de mener à bien cette tâche et de s'assurer que les créateurs reçoivent une rémunération au titre de l'utilisation de leurs œuvres. Ces sociétés peuvent contribuer à promouvoir le développement de la culture locale, par exemple en versant une contrepartie aux artistes locaux lorsque leur musique est jouée dans leur pays ou à l'étranger. Les recettes ainsi obtenues peuvent être d'un montant considérable, et contribuer de manière significative au PIB.



DROIT D'AUTEUR ET PROGRÈS TECHNIQUE

L'introduction et le développement de nouvelles techniques en matière de supports, d'information et de télécommunications – tels le magnétoscope à la fin des années 70, la révolution numérique dans les années 80 et l'Internet dans les années 90 – constituent un défi permanent pour les législations relatives au droit d'auteur ainsi que pour les industries et les milieux culturels qui en vivent et prospèrent.

Lorsque le disque compact, ou CD, a remplacé les disques "vinyles" et les musicassettes, l'industrie de la musique a alors pu vendre de nouveau ses catalogues existants au format CD. Aujourd'hui, on constate une évolution analogue avec les productions audiovisuelles sous forme numérique. Les nouveaux DVD offrent une résolution de haute qualité et sont assez bon marché, et toute une nouvelle génération de consommateurs rachète maintenant des productions audiovisuelles sous cette forme, dont bon nombre semblaient ne pas être commercialement viables. Toutefois, le contenu des DVD est facile à copier et à diffuser sur l'Internet, ce qui veut dire que des millions de copies non autorisées pourraient être piratées de cette façon.



Avec l'aimable autorisation de E.M.I Group — Avec l'aimable autorisation de Sony (overseas) S.A.



L'industrie audiovisuelle déploie des efforts considérables pour empêcher cette activité ou à défaut, pour la faire cesser au plus tôt et obtenir des sanctions civiles ou pénales contre les responsables. Les mesures techniques, telles que le codage, sont des instruments essentiels pour lutter contre le piratage numérique. C'est pour cette raison que le Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT) et le Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes (WPPT), les traités internationaux les plus récents dans les domaines du droit d'auteur et des droits connexes, contiennent des dispositions spéciales qui interdisent la neutralisation des mesures techniques de protection des œuvres.

Dans le domaine musical, la technique du MP-3 a facilité la compression des fichiers musicaux, de sorte qu'ils occupent un espace considérablement moindre, qu'ils sont faciles à télécharger sur l'Internet et qu'ils peuvent être facilement stockés dans des dispositifs mobiles. Compte tenu de la facilité d'utilisation de ces techniques, il est possible de s'en servir pour procéder à des téléchargements ou à des copies sans que les titulaires des droits sur la musique en question n'en aient connaissance ou n'aient donné leur consentement, ces actes étant donc accomplis en violation de l'esprit et des dispositions expresses du droit d'auteur (voir l'encadré λ).



λ L'AFFAIRE NAPSTER : PIRATAGE SUR L'INTERNET

Le 12 février 2001, la cour d'appel fédérale du neuvième circuit des États-Unis d'Amérique a rendu une décision qui fera date dans une affaire importante, *A&M Records, Inc., et al. c. Napster, Inc.*, en rejetant l'argument fondé sur l'"usage loyal" invoqué par Napster. Napster était un programme et un site Web de partage de fichiers musicaux au succès phénoménal (jusqu'à 10 000 téléchargements par seconde), utilisant des œuvres musicales protégées par le droit d'auteur sans l'autorisation des titulaires des droits. Il s'agissait d'une activité fondée sur des opérations illégales, mais qui – fait intéressant – a contribué à l'essor de nouveaux types d'entreprise dans l'industrie de l'enregistrement.

SAVOIRS TRADITIONNELS



Les savoirs traditionnels – pris ici au sens large pour désigner des innovations et créations fondées sur les traditions et résultant de l'activité intellectuelle dans les domaines industriel, scientifique, littéraire ou artistique – ont été largement négligés par les milieux de la propriété intellectuelle jusqu'à une date récente. Il est maintenant de plus en plus généralement admis que la valeur économique des éléments des savoirs traditionnels pourrait être accrue par l'utilisation de la propriété intellectuelle.



Les détenteurs de savoirs traditionnels s'intéressent à la façon d'optimaliser la commercialisation des applications pratiques de ces savoirs, en utilisant différents aspects de la propriété intellectuelle tels que les brevets, les marques et le droit d'auteur (voir l'encadré χ à titre d'illustration). Ce n'est pas parce qu'un produit, une technique ou une œuvre est détenu collectivement ou existe depuis un certain temps que le recours à la propriété intellectuelle est exclu. Toute forme de propriété intellectuelle est liée à une invention, une connaissance ou une expression de la créativité préexistante. Souvent, la mise en valeur d'une technique ancienne débouche sur des inventions nouvelles très intéressantes, tout comme l'adaptation d'une vieille tradition artistique débouche sur de nouvelles œuvres de création. Ces questions sont au cœur des délibérations du Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore, qui fait des progrès considérables dans l'étude des liens de politique générale et des liens concrets entre le système de la propriété intellectuelle, d'une part, et les préoccupations et besoins des détenteurs de savoirs traditionnels et des dépositaires de cultures traditionnelles, d'autre part.

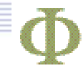


χ LABEL INDIGÈNE D'AUTHENTICITÉ

L'enregistrement de marques collectives et de marques de certification pour protéger des innovations et des créations fondées sur la tradition est sérieusement envisagé en Australie et en Nouvelle-Zélande, où un label indigène d'authenticité a été créé à la fin de 1999. Il a été élaboré par l'Association nationale de promotion des arts indigènes avec l'appui de la Commission des aborigènes et des insulaires du détroit de Torres (ATSIC) et du Conseil australien pour les arts. L'utilisation de ces marques d'authenticité est considérée comme un moyen efficace de préserver l'intégrité culturelle de l'art des aborigènes et des insulaires du détroit de Torres, d'assurer une rémunération juste et équitable à ces communautés et de promouvoir leur patrimoine culturel et artistique sur les plans national et international.

SYSTÈMES D'ACQUISITION DE DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

L'office de la propriété intellectuelle est la principale entité administrative gouvernementale chargée d'administrer le système d'acquisition et de maintien en vigueur des droits de propriété intellectuelle. Les coûts économiques et sociaux associés à la création et au fonctionnement d'un office de propriété intellectuelle ont récemment fait l'objet d'une attention particulière, les utilisateurs du système de la propriété intellectuelle ayant demandé une baisse des taxes exigibles pour le dépôt d'une demande et l'obtention et le maintien en vigueur des droits de propriété intellectuelle (voir le tableau Φ).



ACCROISSEMENT DE LA DEMANDE EN FAVEUR DES SERVICES OFFERTS PAR LES OFFICES DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Exigence de rapidité
Les décisions doivent être prises de plus en plus rapidement, compte tenu de l'accélération du progrès technique et du raccourcissement du cycle de vie des produits.

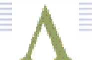
Qualité des décisions
Les décisions doivent être conformes aux normes harmonisées au niveau international

Augmentation des dépôts
Nombre croissant de demandes

OFFICE DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Exigence de compétence
Les inventions à examiner deviennent plus complexes et la recherche doit porter sur un plus grand volume d'informations

Toutefois, les offices de propriété intellectuelle font face dans leur quasi-totalité à des problèmes financiers et des difficultés pour recruter et conserver du personnel qualifié. Le problème de la limitation des ressources se pose avec une acuité particulière dans les pays en développement, dont les offices de propriété intellectuelle ne sont souvent pas en mesure de fournir les services qu'ils souhaiteraient proposer aux utilisateurs des systèmes de propriété intellectuelle (voir le tableau Λ).



EFFECTIF ET BUDGET DE CERTAINS OFFICES DE BREVETS

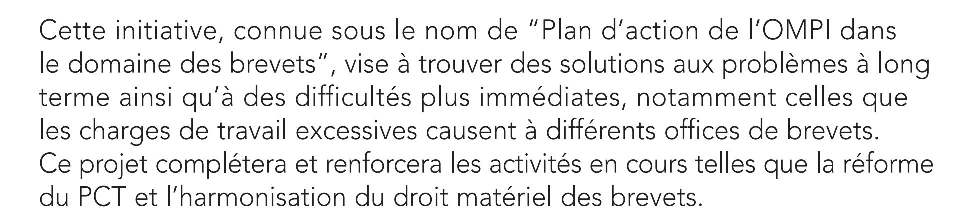
Pays (office des brevets)	Effectif total	Demandes de brevet (y compris désignations selon le PCT)	Budget annuel de l'office de propriété intellectuelle (en millions de dollars É.-U.)
États-Unis d'Amérique	4 700	262 787	863
Office européen des brevets (20 États)	4 400	121 750	513
Fédération de Russie	2 700	58 532	14,3
Japon	2 500	437 375	844
République de Corée	1 002	121 750	120
Suède	1 000	149 493	69
Australie	830	57 706	42
Mexique	611	44 721	25,5
Brésil	610	50 866	42
Espagne	600	147 889	45,3
Égypte	146	1 682	1
Singapour	85	44 948	4,9



SOLUTIONS MONDIALES ET RÉGIONALES

La création d'un système international des brevets était déjà envisagée en tant que solution à long terme lorsque les États membres de l'OMPI ont adopté le Traité de coopération en matière de brevets (PCT), en juin 1970. Aujourd'hui, les pays ont plus de raisons que jamais de s'intéresser à des solutions mondiales et régionales pour optimiser l'utilisation des ressources, réduire les coûts et augmenter la valeur des services fournis à l'utilisateur. Ils entendent aussi tirer avantage de la révolution numérique, qui leur permet de renforcer la coopération et de partager des données et des informations d'une manière rapide, sans papier et à peu de frais.

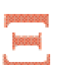
En octobre 2001, l'OMPI a lancé des consultations mondiales sur l'élaboration d'un plan stratégique relatif à l'évolution future du système international des brevets.



Cette initiative, connue sous le nom de "Plan d'action de l'OMPI dans le domaine des brevets", vise à trouver des solutions aux problèmes à long terme ainsi qu'à des difficultés plus immédiates, notamment celles que les charges de travail excessives causent à différents offices de brevets. Ce projet complétera et renforcera les activités en cours telles que la réforme du PCT et l'harmonisation du droit matériel des brevets.

APPLICATION DES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Les mesures tendant à faire respecter les droits de propriété intellectuelle sont nécessaires parce que les droits d'autrui ne sont pas respectés. Les raisons de cette absence de respect sont multiples et variées et vont de la cupidité à l'erreur involontaire, en passant par la méconnaissance et l'intention délibérée de commettre une infraction. L'ampleur de ce manque de respect varie aussi considérablement, allant de la copie illégale d'œuvres protégées au domicile d'un particulier pour une utilisation personnelle à des entreprises commerciales illicites de vaste envergure, débouchant sur la production de centaines de milliers de copies illégales.

Lorsque des produits illicites occupent une part du marché (voire réduisent un marché potentiel à néant) et entraînent des risques pour la santé et la sécurité et lorsqu'une activité illicite empêche un investisseur de recouvrer ses fonds, les mécanismes d'application des droits permettent de protéger les intérêts vitaux non seulement des titulaires des droits, mais aussi du public. Les organisations intergouvernementales ou non gouvernementales et les organismes privés qui traitent des différents aspects de la contrefaçon et du piratage et de leurs effets estiment que le marché des produits de contrefaçon représente entre 5 et 7% de l'ensemble du commerce mondial (voir le tableau ).

PROPORTION ESTIMÉE DES PRODUITS CONTREFAITS ET PIRATÉS

Organisation	Estimation
Organisation mondiale des douanes	Environ 5% du commerce mondial
Commission européenne	Entre 5 et 7% du commerce mondial, soit entre 200 et 300 milliards d'euros par an de manque à gagner et la perte de 200 000 emplois dans le monde
Organisation de coopération et de développement économiques	Plus de 5% du commerce mondial

Source : http://www.interpol.int; Commission des communautés européennes, "Livre vert : la lutte contre la contrefaçon et la piraterie dans le marché intérieur" (Bruxelles, 1998), p. 2, voir http://europa.eu.int/comm/internal_market/fr/intprop/indprop/922.htm; OCDE, Service de recherche sur la contrefaçon, CCI, "Les incidences économiques de la contrefaçon", document #DSTI/IND(97)6/REV1 (Paris, 1998), p. 5.

INCIDENCE NÉGATIVE SUR LES INDUSTRIES LOCALES

Les pays dans lesquels la contrefaçon et le piratage s'exercent sans que le gouvernement prenne des mesures efficaces pour prévenir ces activités subissent des pertes matérielles et immatérielles à plusieurs niveaux.

Par exemple, les fabricants de produits licites seront tentés de s'établir dans des pays qui veillent au respect des droits de propriété intellectuelle. Il en résulte une perte d'investissement étranger direct ainsi qu'une perte de transfert de technologie et de savoir-faire étranger qui l'accompagne. Cette perte d'IED se traduit aussi par une perte des recettes en devises, qui se répercute en fin de compte sur la balance des paiements des pays concernés.

Ce cercle vicieux nuit aux perspectives nationales sur le long terme. Les créateurs, les inventeurs et les PME du pays sont souvent découragés à l'idée que leurs produits peuvent être copiés et vendus illégalement, ce qui les empêche de rentabiliser leur investissement et restreint leurs perspectives de croissance, tout en affaiblissant l'esprit et l'énergie qui font partie intégrante du processus de créativité. L'importance de cet esprit pour le bien-être d'une nation s'illustre particulièrement lorsqu'il prospère, comme en témoignent les "silicon valleys" de Californie, aux États-Unis d'Amérique, et de Bangalore, en Inde.

CONSÉQUENCES SOCIALES DE LA CONTREFAÇON ET DU PIRATAGE

Les conséquences sociales de la contrefaçon et du piratage touchent personnellement les artistes, les créateurs et les chefs d'entreprise.

La contrefaçon de médicaments, de pièces pour aéronefs et automobiles a un effet préjudiciable sur la santé et la sécurité du public. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) estime qu' environ 6% des produits pharmaceutiques vendus dans le monde sont contrefaits.

C'est dans les pays en développement que ces ventes sont les plus importantes, la part des médicaments contrefaits allant jusqu'à 70% dans certains pays africains.

VERS LA CRÉATION D'UNE CULTURE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

L'OMPI s'emploie à mieux faire connaître la propriété intellectuelle et son intérêt pour la société à tous les niveaux.

La prise de conscience du rôle que peut jouer la propriété intellectuelle en tant que moteur du dynamisme économique, social et culturel permettra

- aux administrations et aux fonctionnaires nationaux, de mettre au point des politiques générales et des programmes administratifs et de gestion visant à optimiser l'utilisation et le respect des droits de propriété intellectuelle;
- au secteur privé, allant des PME aux sociétés multinationales, d'exploiter ses actifs de propriété intellectuelle et de reconnaître l'intérêt de la protection des droits de propriété intellectuelle dans des industries et des économies où le savoir tient une place de plus en plus importante;
- au public, de comprendre les avantages liés à l'achat de produits et de services licites en termes de stimulation des industries locales et d'augmention des recettes fiscales.

L'absence d'une telle culture de la propriété intellectuelle aboutit à une stagnation ou à une récession de l'économie, à une diminution de la créativité et de l'inventivité et à un climat des affaires caractérisé par la pénurie d'IED et le manque d'homogénéité ou de fiabilité. La création d'une culture de la propriété intellectuelle dans les pays en développement qui ne disposent pas encore d'actifs de propriété intellectuelle exige des politiques volontaristes.

Les mesures suivantes pourraient notamment être prises dans un premier temps :

- réalisation d'un bilan de propriété intellectuelle en vue d'évaluer la situation actuelle des actifs en la matière;
- élaboration d'une stratégie nationale de propriété intellectuelle intégrée aux politiques scientifiques, culturelles, commerciales, économiques et éducatives;
- incitations et récompenses en faveur des inventeurs et des auteurs ainsi que des sociétés et des organisations collectives qui créent et exploitent des actifs de propriété intellectuelle.

Une attention particulière doit être accordée à tous les éléments nécessaires à la création d'un terreau favorable au développement d'une culture de la propriété intellectuelle, à savoir : mise en valeur des ressources humaines, enseignement, commercialisation, modernisation des offices et administrations de propriété intellectuelle, participation des organisations de la société civile, promotion de l'innovation, de la culture et de la propriété intellectuelle au sein des universités et des centres de recherche, programmes d'acquisition de compétences pratiques concernant, par exemple, la conception de licences, élaboration de législations appropriées et application efficace des droits (voir l'encadré β).

β LA CRÉATION D'UNE CULTURE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE À SINGAPOUR GRÂCE À DES MESURES VOLONTARISTES

Singapour est conscient de l'importance de la propriété intellectuelle pour son économie, aussi bien en tant que ressource nationale qu'en tant que facteur d'attraction de l'investissement étranger. Pour faire de la propriété intellectuelle un actif stratégique et compétitif, Singapour adopte une politique volontariste en matière de droits de propriété intellectuelle visant à développer un secteur industriel de la création à forte valeur ajoutée. En 2000, l'Office de la propriété intellectuelle de Singapour a été transformé en une autorité officielle semi-autonome chargée notamment, d'administrer le système de la propriété intellectuelle à Singapour. L'une des initiatives récentes de cette autorité concerne la publication d'informations relatives à la propriété intellectuelle sur SurfIP (*http://www.surfip.gov.sg*), portail multiservices de propriété intellectuelle permettant d'effectuer des recherches dans les bases de données relatives aux brevets de plusieurs pays ainsi que d'avoir accès à d'autres ressources techniques et commerciales. En ce qui concerne l'application des droits de propriété intellectuelle, l'organisme principal chargé de faire respecter les droits dans le pays est le Bureau des droits de la propriété intellectuelle, qui est une division spécialisée du Département de la police criminelle, alors que les contrôles à la frontière sont du ressort de l'Administration des douanes et des impôts indirects. Dans le domaine de l'éducation, Singapour organise des campagnes de sensibilisation du public par l'intermédiaire de l'Office de la propriété intellectuelle et du Conseil national des sciences et des techniques pour mieux faire connaître les droits de propriété intellectuelle. Aujourd'hui, Singapour se situe parmi les premiers pays en termes de dépôts de demandes de brevet et de création d'autres actifs de propriété intellectuelle.



Source : M. Ng Siew Kuan, Université nationale de Singapour.

LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE EN TANT QUE MOYEN D'ACTION

La propriété intellectuelle est l'application commerciale de l'innovation et de la créativité qui permet d'améliorer et d'enrichir notre vie sur les plans pratique et culturel. Elle favorise l'automatisation dans la mesure où elle encourage et récompense les créateurs et les innovateurs, stimule la croissance économique et favorise la mise en valeur des ressources humaines.

La propriété intellectuelle est une ressource à la disposition de tous les peuples. L'une des principales tâches de l'OMPI consiste à aider les États membres à mettre au point et à utiliser des instruments permettant d'exploiter cette ressource et de la mettre au service de leur population.

La propriété intellectuelle ne peut s'épanouir que dans une culture où son importance et ses avantages sont pleinement compris et acceptés et dans laquelle elle est protégée par des lois strictement appliquées. L'OMPI continuera d'œuvrer pour que la propriété intellectuelle soit protégée et respectée de façon efficace afin de garantir sa constante vitalité.

